KEPATUHAN SYARIAH SEBAGAI FAKTOR PEMILIHAN MAKANAN HALAL (Studi Kasus di Pasar Banjaran)

Risma Tresna Amanda[1], Maman Suryaman[2], Rizky Zufia Ningrum[3]

[1,2,3]*Sekolah Tinggi Ekonomi Manajemen Bisnis Islam Bandung*
E-mail : rismatresnaamanda@student.stembi.ac.id[1], mamansuryaman@stembi.ac.id[2], rizkyzulfianingrum@stembi.ac.id[3]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepatuhan syariah sebagai faktor yang memengaruhi pemilihan makanan halal oleh konsumen Muslim di Pasar Banjaran. Kepatuhan syariah merupakan bentuk ketaatan konsumen Muslim dalam menjalankan ajaran Islam, khususnya dalam memilih dan mengonsumsi makanan yang halal dan thayyib. Dalam konteks pasar tradisional, konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga dan kualitas produk, tetapi juga memperhatikan kesesuaian produk dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap konsumen Muslim dan pedagang makanan di Pasar Banjaran. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan syariah menjadi faktor dominan dalam keputusan konsumen memilih makanan halal. Konsumen cenderung memilih makanan yang diyakini halal berdasarkan bahan baku, proses pengolahan, kebersihan produk, serta kesesuaian dengan ajaran Islam. Selain itu, label halal, kualitas produk, dan pengetahuan konsumen turut memengaruhi keputusan pembelian makanan halal di pasar tradisional. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ekonomi syariah, khususnya dalam memahami perilaku konsumen Muslim dalam memilih makanan halal berdasarkan prinsip kepatuhan syariah.

Kata Kunci : *Kepatuhan Syariah, Makanan Halal, Perilaku Konsumen, Pasar Tradisional*

ABSTRACT

This study aims to analyze sharia compliance as a factor influencing Muslim consumers in choosing halal food at Banjaran Market. Sharia compliance reflects the obedience of Muslim consumers in implementing Islamic teachings, especially in selecting and consuming halal and thayyib food. In the context of traditional markets, consumers consider not only price and product quality but also the conformity of products with Islamic principles. This study used a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques included observation, in-depth interviews, and documentation involving Muslim consumers and food vendors at Banjaran Market. Data analysis was conducted using descriptive qualitative methods through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that sharia compliance is the dominant factor influencing consumers in choosing halal food. Consumers tend to select food that is considered halal based on ingredients, processing methods, product cleanliness, and conformity with Islamic teachings. In addition, halal labels, product quality, and consumer knowledge also influence halal food purchasing decisions in traditional markets. This research is expected to contribute to the development of Islamic economics studies, particularly in understanding Muslim consumer behavior in choosing halal food based on sharia compliance principles.

Keywords : *Sharia Compliance, Halal Food, Consumer Behavior, Traditional Markets*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, sehingga permintaan terhadap produk halal, terutama di sektor makanan, menjadi kebutuhan yang sangat signifikan. Jumlah penduduk Muslim di Indonesia mencapai sekitar 229,62 juta jiwa atau kurang lebih 87,2% dari total populasi nasional yang berjumlah 269,6 juta jiwa. Jika dibandingkan dengan proyeksi jumlah umat Muslim dunia yang diperkirakan mencapai 2,2 miliar jiwa pada tahun 2030, yang setara dengan sekitar 23% populasi global, maka penduduk Muslim Indonesia berkontribusi sekitar 13,1% dari total populasi Muslim dunia (Humaida et al. 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa jaminan kehalalan produk makanan menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia.

Seorang Muslim memiliki kewajiban untuk memilih dan mengonsumsi produk yang halal. Ketentuan halal dan haram merupakan prinsip dasar dalam Islam yang mengatur hubungan antara manusia dengan Allah SWT. Produk halal adalah segala sesuatu yang diizinkan oleh Allah SWT untuk dikonsumsi. Dalam menjalankan ketentuan tersebut, setiap Muslim berpegang pada Al-Qur'an dan Sunnah Nabi sebagai pedoman yang menegaskan keharusan mengonsumsi produk halal serta menghindari produk yang diharamkan (Hidayat 2024).

Dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat, pasar tradisional memiliki peran yang strategis, salah satunya adalah Pasar Banjaran. Pasar tradisional menjadi pusat aktivitas ekonomi yang dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari (Angkasawati 2021). Namun demikian, berbeda dengan pasar modern yang umumnya menyediakan produk dengan informasi dan label halal yang jelas, pasar tradisional masih memiliki keterbatasan dalam penyediaan informasi terkait kehalalan produk. Keterbatasan tersebut menyebabkan konsumen sering kali mengandalkan pengetahuan pribadi, pengalaman berbelanja, serta kepercayaan terhadap pedagang dalam menentukan pilihan makanan halal.

Dalam konteks ini, kepatuhan syariah menjadi faktor penting dalam proses pemilihan makanan halal. Kepatuhan syariah mencerminkan tingkat ketaatan konsumen Muslim dalam menjalankan ajaran Islam, khususnya dalam memilih makanan yang halal dan thayyib. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan rasa, harga, dan kualitas produk, tetapi juga memastikan bahwa makanan yang dikonsumsi sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

Perbedaan tingkat kepatuhan syariah pada setiap konsumen akan memengaruhi cara mereka memahami konsep halal, menilai kehalalan produk, serta menentukan keputusan pembelian makanan halal di pasar tradisional.

METODE

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam perilaku konsumen Muslim dalam memilih makanan halal, khususnya terkait peran kepatuhan syariah dalam keputusan pembelian makanan halal di pasar tradisional. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali makna, pemahaman, serta pengalaman subjektif konsumen dalam konteks sosial yang alami.

Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual fenomena yang terjadi di lapangan tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel penelitian.

Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan gambaran nyata mengenai bagaimana kepatuhan syariah dipahami, dimaknai, dan diterapkan oleh konsumen dalam menentukan pilihan makanan halal di Pasar Banjaran.

Gambaran Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah kepatuhan syariah konsumen sebagai faktor pemilihan makanan halal di Pasar Banjaran. Secara khusus, penelitian ini memfokuskan pada perilaku konsumen Muslim dalam memilih makanan halal berdasarkan prinsip-prinsip syariah, seperti memperhatikan kehalalan bahan makanan, proses pengolahan, kebersihan produk, keberadaan sertifikasi halal, serta kesesuaian produk dengan ajaran Islam.

Pasar Banjaran merupakan salah satu pasar tradisional yang berlokasi di Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Pasar ini menjadi pusat aktivitas jual beli masyarakat setempat, terutama dalam pemenuhan kebutuhan pangan sehari-hari. Sebagian besar produk makanan yang dijual di Pasar Banjaran belum sepenuhnya dilengkapi dengan informasi formal mengenai kehalalan produk, seperti label atau sertifikat halal. Kondisi tersebut menjadikan pasar ini relevan sebagai lokasi penelitian untuk mengkaji bagaimana konsumen menerapkan nilai-nilai kepatuhan syariah dalam memilih makanan halal.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode, yaitu:

1. Observasi
   Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas jual beli makanan di Pasar Banjaran. Observasi ini bertujuan untuk melihat perilaku konsumen dalam memilih produk makanan, interaksi antara penjual dan pembeli, serta kondisi lingkungan pasar yang berkaitan dengan ketersediaan informasi kehalalan produk.
2. Wawancara
   Wawancara dilakukan secara mendalam kepada konsumen Muslim dan pedagang makanan di Pasar Banjaran. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai pemahaman konsumen terhadap konsep halal, penerapan kepatuhan syariah, pentingnya sertifikasi halal, serta pertimbangan konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian makanan halal.
3. Dokumentasi
   Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data pendukung berupa catatan lapangan, foto kegiatan penelitian, serta dokumen lain yang relevan dengan fokus penelitian. Data dokumentasi digunakan untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode analisis deskriptif kualitatif. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. Reduksi Data. Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi diseleksi dan disederhanakan sesuai dengan fokus penelitian. Tahap ini bertujuan untuk memilah data yang relevan dengan kepatuhan syariah dan pemilihan makanan halal.
2. Penyajian Data. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif sehingga mudah dipahami. Penyajian data dilakukan dengan mengelompokkan informasi berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan kepatuhan syariah, sertifikasi halal, kualitas produk, dan perilaku konsumen dalam memilih makanan halal.
3. Penarikan Kesimpulan. Tahap akhir analisis data adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil interpretasi data. Kesimpulan ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap 50 responden yang merupakan konsumen Muslim di Pasar Banjaran. Data diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih makanan halal. Faktor-faktor yang dianalisis meliputi kepatuhan syariah, kualitas produk, pengetahuan konsumen (*product knowledge*), label atau sertifikasi halal, harga produk, dan kepercayaan terhadap penjual.

Analisis data dilakukan menggunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

- **P** = Persentase
- **F** = Jumlah responden
- **N** = Total responden (50)

1. Karakteristik Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Perempuan	32	64%
2	Laki-laki	18	36%
Total		**50**	**100%**

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 32 orang atau 64%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 18 orang atau 36%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan dalam aktivitas pembelian makanan di Pasar Banjaran, terutama dalam menentukan pilihan makanan untuk kebutuhan sehari-hari.

b. Berdasarkan Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	17–25 Tahun	18	36%
2	26–35 Tahun	14	28%
3	36–45 Tahun	10	20%
4	46–55 Tahun	6	12%
5	>55 Tahun	2	4%
Total		**50**	**100%**

Mayoritas responden berada pada rentang usia 17–25 tahun sebanyak 36%, diikuti usia 26–35 tahun sebesar 28%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen usia produktif lebih aktif melakukan pembelian makanan halal di Pasar Banjaran.

2. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

a. Faktor Kepatuhan Syari'ah

Keterangan	Jumlah	Persentase
Berpengaruh	42	84%
Tidak Berpengaruh	8	16%
Total	**50**	**100%**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kepatuhan syariah memiliki pengaruh paling tinggi terhadap keputusan konsumen dalam memilih makanan halal. Sebanyak 42 responden atau 84% menyatakan bahwa mereka memilih makanan halal karena dorongan agama dan keinginan menjalankan syariat Islam. Hal ini menunjukkan bahwa nilai religius menjadi pertimbangan utama konsumen Muslim di Pasar Banjaran.

b. Faktor Kualitas Produk

Keterangan	Jumlah	Persentase
Berpengaruh	40	80%
Tidak Berpengaruh	10	20%
Total	**50**	**100%**

Sebanyak 80% responden menyatakan bahwa kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian makanan halal. Konsumen mempertimbangkan rasa, kebersihan, kesegaran, keamanan, dan pelayanan penjual sebelum membeli produk makanan.

c. Faktor Pengetahuan Konsumen

Keterangan	Jumlah	Persentase
Berpengaruh	38	76%
Tidak Berpengaruh	12	24%
Total	**50**	**100%**

Sebanyak 76% responden menyatakan bahwa pengetahuan mengenai bahan makanan, komposisi, proses produksi, dan status halal produk memengaruhi keputusan mereka dalam membeli makanan halal. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman konsumen memiliki peranan penting dalam perilaku pembelian.

d. Faktor Label Halal

Keterangan	Jumlah	Persentase
Berpengaruh	35	70%
Tidak Berpengaruh	15	30%
Total	**50**	**100%**

Sebanyak 70% responden menyatakan bahwa label atau sertifikasi halal menjadi faktor penting dalam memilih makanan halal karena dianggap memberikan jaminan keamanan dan kehalalan produk.

e. Faktor Harga Produk

Keterangan	Jumlah	Persentase
Berpengaruh	30	60%
Tidak Berpengaruh	20	40%
Total	**50**	**100%**

Sebanyak 60% responden mempertimbangkan harga produk dalam keputusan pembelian makanan halal. Konsumen cenderung memilih produk dengan harga yang sesuai dengan kemampuan ekonomi mereka.

f. Faktor Kepercayaan terhadap Penjual

Keterangan	Jumlah	Persentase
Berpengaruh	22	44%
Tidak Berpengaruh	28	56%
Total	**50**	**100%**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap penjual memiliki pengaruh paling rendah dibandingkan faktor lainnya, yaitu sebesar 44%. Konsumen saat ini cenderung lebih kritis dan tidak hanya mengandalkan hubungan personal dengan penjual.

Rekapitulasi Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen

No	Faktor	Jumlah Responden	Persentase
1	Kepatuhan Syariah	42	84%
2	Kualitas Produk	40	80%
3	Pengetahuan Konsumen	38	76%
4	Label Halal	35	70%
5	Harga Produk	30	60%
6	Kepercayaan Penjual	22	44%

Total Keseluruhan Faktor

Jumlah seluruh persentase faktor:

$$84 + 80 + 76 + 70 + 60 + 44 = 414\%$$

Rata-rata persentase seluruh faktor:

$$\frac{414}{6} = 69\%$$

Secara keseluruhan, rata-rata pengaruh faktor terhadap keputusan konsumen diperoleh sebesar 69%, yang menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh cukup kuat terhadap keputusan pembelian makanan halal di Pasar Banjaran.

Paling Dominan

Ranking	Faktor	Persentase
1	Kepatuhan Syariah	84%
2	Kualitas Produk	80%
3	Pengetahuan Konsumen	76%
4	Label Halal	70%
5	Harga	60%
6	Kepercayaan Penjual	44%

Faktor yang paling dominan adalah kepatuhan syariah (84%), artinya mayoritas konsumen memilih makanan halal karena alasan agama.

Sedangkan faktor terendah adalah kepercayaan terhadap penjual (44%), menunjukkan bahwa konsumen saat ini lebih kritis dan tidak hanya bergantung pada kepercayaan personal.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 50 responden di Pasar Banjaran, diperoleh gambaran bahwa keputusan konsumen dalam memilih makanan halal dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kepatuhan syariah, kualitas produk, pengetahuan konsumen, label halal, harga, dan kepercayaan terhadap penjual. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen Muslim tidak hanya didasarkan pada kebutuhan ekonomi semata, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai keagamaan dan pemahaman mengenai konsep halal.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Makanan Halal di Pasar Banjaran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden di Pasar Banjaran, ditemukan bahwa perilaku konsumen dalam memilih makanan halal dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kepatuhan syariah, kualitas produk, pengetahuan konsumen (*product knowledge*), label

halal, harga produk, dan kepercayaan terhadap penjual. Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumen Muslim tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh nilai religius dan tingkat pemahaman terhadap konsep halal.

Faktor pertama yang paling dominan adalah kepatuhan syariah dengan persentase sebesar 84%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen memilih makanan halal karena adanya kesadaran untuk menjalankan ajaran agama Islam. Konsumen memahami bahwa mengonsumsi makanan halal merupakan kewajiban seorang Muslim sehingga mereka berusaha menghindari makanan yang mengandung unsur haram atau diragukan kehalalannya. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai religius menjadi dasar utama dalam perilaku konsumsi masyarakat Muslim di Pasar Banjaran.

Faktor kedua adalah kualitas produk sebesar 80%. Konsumen menilai kualitas makanan dari rasa, kebersihan, kesegaran, keamanan, dan cara penyajian produk. Dalam perspektif konsumen Muslim, makanan halal tidak hanya harus halal secara hukum Islam, tetapi juga harus baik dan layak dikonsumsi (*thayyib*). Oleh karena itu, kualitas produk menjadi pertimbangan penting sebelum konsumen memutuskan untuk membeli makanan.

Selanjutnya, faktor pengetahuan konsumen (*product knowledge*) memperoleh persentase sebesar 76%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memiliki kesadaran untuk mengetahui informasi mengenai bahan baku, proses pengolahan, komposisi produk, serta status halal makanan yang dikonsumsi. Konsumen yang memiliki pengetahuan lebih baik mengenai produk halal cenderung lebih selektif dan berhati-hati dalam melakukan pembelian.

Faktor label halal juga memberikan pengaruh cukup besar yaitu sebesar 70%. Konsumen menganggap label halal sebagai bukti bahwa produk telah memenuhi standar kehalalan sesuai ketentuan syariat Islam. Keberadaan label halal memberikan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dibeli. Namun demikian, pada pasar tradisional sebagian konsumen masih mengandalkan pengalaman pribadi dan penilaian langsung terhadap produk tanpa melihat sertifikasi halal secara formal.

Faktor harga produk memperoleh persentase sebesar 60%. Hal ini menunjukkan bahwa harga tetap menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian, terutama bagi konsumen dengan kondisi ekonomi tertentu. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki harga sesuai dengan kualitas dan kemampuan ekonomi mereka. Akan tetapi, sebagian besar responden tetap menempatkan aspek kehalalan sebagai prioritas utama dibandingkan harga.

Sementara itu, faktor kepercayaan terhadap penjual memperoleh persentase paling rendah yaitu sebesar 44%. Meskipun beberapa konsumen masih mempercayai penjual yang sudah dikenal, mayoritas responden menyatakan bahwa mereka tidak hanya bergantung pada hubungan personal. Konsumen saat ini lebih kritis dan mempertimbangkan faktor lain seperti kebersihan produk, kualitas makanan, serta informasi mengenai kehalalan produk sebelum melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen dalam memilih makanan halal di Pasar Banjaran dipengaruhi oleh kombinasi faktor religius, rasional, dan sosial. Faktor religius tercermin dari kepatuhan syariah, faktor rasional terlihat dari kualitas produk, harga, dan pengetahuan konsumen, sedangkan faktor sosial terlihat dari hubungan kepercayaan terhadap penjual.

Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Makanan Halal di Pasar Banjaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan syariah menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan konsumen memilih makanan halal di Pasar Banjaran. Sebanyak 42

responden atau 84% menyatakan bahwa mereka memilih makanan halal karena dorongan agama dan keinginan menjalankan syariat Islam. Tingginya persentase tersebut menunjukkan bahwa nilai keagamaan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap perilaku konsumsi masyarakat Muslim.

Kepatuhan syariah dalam penelitian ini tercermin dari sikap konsumen yang selalu mempertimbangkan aspek kehalalan produk sebelum membeli makanan. Konsumen tidak hanya memperhatikan rasa dan harga, tetapi juga memastikan bahwa makanan yang dikonsumsi tidak mengandung bahan yang haram dan diproses sesuai ketentuan Islam. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen Muslim tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan fisik, tetapi juga sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT.

Selain itu, konsumen yang memiliki tingkat kepatuhan syariah tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam memilih makanan. Mereka akan mencari informasi mengenai bahan baku, proses pengolahan, kebersihan produk, hingga status halal makanan sebelum memutuskan membeli. Konsumen juga lebih memperhatikan keberadaan label halal dan memilih penjual yang dianggap dapat dipercaya dalam menjaga kehalalan produk yang dijual.

Menurut teori kepatuhan syariah, seorang Muslim wajib menjalankan aktivitas ekonomi dan konsumsi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis. Kepatuhan syariah tidak hanya diterapkan pada lembaga keuangan syariah, tetapi juga pada perilaku konsumsi masyarakat Muslim dalam kehidupan sehari-hari. Konsumen yang memiliki kepatuhan syariah akan berusaha memilih produk yang halal, baik (*thayyib*), dan bermanfaat serta menghindari unsur yang dilarang dalam Islam seperti makanan haram dan syubhat.(Maslihatin 2020)

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dalam penelitian ini, kepatuhan syariah berkaitan erat dengan faktor budaya dan psikologis. Faktor budaya terlihat dari nilai-nilai keislaman yang telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Muslim sehingga memengaruhi pola konsumsi mereka. Sementara itu, faktor psikologis terlihat dari motivasi dan keyakinan konsumen untuk mengonsumsi makanan halal sebagai bentuk menjalankan ajaran agama.(Rustiyana 2025)

Temuan penelitian ini juga sesuai dengan teori keputusan pembelian menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menjelaskan bahwa konsumen melalui tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan evaluasi pasca pembelian. Dalam konteks penelitian ini, konsumen terlebih dahulu menyadari pentingnya mengonsumsi makanan halal, kemudian mencari informasi mengenai status halal produk sebelum memutuskan membeli makanan di Pasar Banjaran.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepatuhan syariah memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan konsumen dalam memilih makanan halal di Pasar Banjaran. Tingginya tingkat kepatuhan syariah menunjukkan bahwa masyarakat Muslim semakin sadar akan pentingnya mengonsumsi makanan halal sebagai bagian dari penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Pemahaman Konsumen terhadap Pentingnya Sertifikasi Halal dalam Mendukung Kepatuhan Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, sebanyak 35 responden atau 70% menyatakan bahwa sertifikasi halal merupakan hal penting dalam memilih makanan halal. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memahami pentingnya label halal sebagai jaminan bahwa produk telah diperiksa dan dinyatakan sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

Konsumen menilai bahwa sertifikasi halal memberikan rasa aman karena produk yang dikonsumsi telah melalui proses pemeriksaan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga

distribusi produk. Dengan adanya label halal, konsumen merasa lebih yakin bahwa makanan yang dibeli tidak mengandung unsur haram maupun bahan yang meragukan. Oleh sebab itu, sertifikasi halal dianggap mampu mendukung penerapan kepatuhan syariah dalam perilaku konsumsi masyarakat Muslim.

Namun demikian, penelitian juga menunjukkan bahwa masih terdapat 30% responden yang tidak terlalu memperhatikan sertifikasi halal. Hal ini umumnya terjadi pada konsumen yang membeli makanan tradisional di pasar karena mereka lebih mengandalkan pengalaman pribadi, kebiasaan masyarakat sekitar, dan kepercayaan terhadap penjual. Sebagian konsumen beranggapan bahwa makanan yang dijual oleh pedagang Muslim sudah pasti halal sehingga tidak terlalu memerlukan label sertifikasi halal secara resmi.

Meskipun demikian, secara keseluruhan tingkat pemahaman konsumen terhadap pentingnya sertifikasi halal dapat dikatakan cukup tinggi. Konsumen mulai menyadari bahwa sertifikasi halal tidak hanya menjadi simbol keagamaan, tetapi juga bentuk perlindungan konsumen terhadap kualitas, keamanan, dan kejelasan produk makanan yang dikonsumsi. Dengan demikian, sertifikasi halal memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus mendukung pelaksanaan kepatuhan syariah dalam kehidupan sehari-hari.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul "Kepatuhan Syariah sebagai Faktor Pemilihan Makanan Halal (Studi Kasus di Pasar Banjaran)" terhadap 50 responden konsumen Muslim, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih makanan halal di Pasar Banjaran meliputi kepatuhan syariah, kualitas produk, pengetahuan konsumen, label atau sertifikasi halal, harga produk, dan kepercayaan terhadap penjual. Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumen Muslim tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh nilai religius dan pemahaman terhadap konsep halal dalam Islam.

Kepatuhan syariah menjadi faktor paling dominan dalam pemilihan makanan halal di Pasar Banjaran. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebanyak 84% responden memilih makanan halal karena dorongan agama dan keinginan menjalankan syariat Islam. Konsumen Muslim tidak hanya mempertimbangkan rasa dan harga produk, tetapi juga memperhatikan kehalalan bahan baku, proses pengolahan, kebersihan, dan kesesuaian produk dengan ajaran Islam. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai-nilai keagamaan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap perilaku konsumsi masyarakat Muslim.

Kualitas produk menjadi faktor kedua yang memengaruhi keputusan konsumen dengan persentase sebesar 80%. Konsumen menilai kualitas produk dari rasa, kebersihan, kesegaran, keamanan, dan kelayakan makanan untuk dikonsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa konsep makanan halal tidak hanya berkaitan dengan aspek hukum agama, tetapi juga harus memenuhi prinsip *halalan thayyiban*, yaitu halal dan baik untuk dikonsumsi.

Pemahaman konsumen mengenai pentingnya produk halal juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sebanyak 76% responden menyatakan bahwa pengetahuan mengenai bahan makanan, proses produksi, dan status halal produk memengaruhi keputusan mereka dalam memilih makanan halal. Konsumen yang memiliki pengetahuan lebih baik cenderung lebih selektif dan berhati-hati dalam memilih produk makanan.

Sertifikasi atau label halal memiliki pengaruh sebesar 70% terhadap keputusan konsumen. Label halal dianggap mampu memberikan jaminan dan rasa aman bahwa produk telah memenuhi ketentuan syariat Islam. Namun, sebagian konsumen di pasar tradisional masih mengandalkan pengalaman pribadi dan kepercayaan terhadap penjual tanpa terlalu memperhatikan sertifikasi halal secara formal.

Faktor harga dan kepercayaan terhadap penjual juga memengaruhi keputusan pembelian, meskipun pengaruhnya tidak sebesar faktor kepatuhan syariah. Harga produk memperoleh persentase sebesar 60%, sedangkan kepercayaan terhadap penjual sebesar 44%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Muslim saat ini cenderung lebih rasional dan selektif dalam memilih makanan halal dengan tetap mempertimbangkan kualitas dan informasi produk.

Berdasarkan teori perilaku konsumen dan teori keputusan pembelian menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, konsumen di Pasar Banjaran melalui tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan evaluasi pasca pembelian sebelum menentukan pilihan makanan halal. Dalam proses tersebut, kepatuhan syariah menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Karim

Angkasawati. 2021. “Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung” XIV (1): 171.

Hidayat, Farog. 2024. “Peran Halal Product Knowledge Dan Halal Product Awarenes Dalam Meningkatkan Repurchase Intention Produk Halal.” *Tesis*, 1.

Humaida, Afif, Ilma Dian Fasicha, M Rifan Alghifari, and Puji Sri Lestari. 2024. “Potensi Industri Halal Di Indonesia Sebagai Negara Berpenduduk” 6 (1): 11–24.

Maslihatin, Aini. 2020. “Analisis Kepatuhan Syariah Pada Bank Syariah: Studi Kasus Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.” *Jurnal MAPS (Manajemen Perbankan Syariah)*, 30.

Rustiyana. 2025. “Perilaku Konsumen.”